

**AKUNTABILITAS PELAPORAN DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. TELEKOMUNIKASI
INDONESIA, Tbk**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**Arif Wicaksono A.P
0413010261/FE/EA**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

**JAWA TIMUR
2010**

**AKUNTABILITAS PELAPORAN DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. TELEKOMUNIKASI
INDONESIA, Tbk**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Akuntansi**



Oleh:

**Arif Wicaksono A.P
0413010261/FE/EA**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

**JAWA TIMUR
2010**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Review Peneliti Terdahulu.....	12
2.2 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	19
2.3 Hubungan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dengan.....	21
2.3.1 Prinsip-Prinsip GCG.....	21
2.3.2 Prinsip-Prinsip CSR.....	22
2.3.2.1 Konsep Triple Bottom Line.....	23
2.3.2.2. Ruang Lingkup CSR.....	24
2.4 Pengertian Akuntabilitas.....	26
2.5 Pengungkapan (<i>Disclosure</i>) CSR.....	27
2.5.1 Pengungkapan (<i>Disclosure</i>) Kinerja CSR.....	27
2.5.2 Alasan Pengukuran dan Pengungkapan Kinerja CSR.....	29
2.6 Pro Kontra Mengenai Pelaporan Kinerja CSR.....	32
2.6.1 Alasan Perlu dan Tidaknya Dalam Melaporkan Laporan	

Keberlanjutan.....	33
2.6.2 Latar Belakang Pelaporan CSR.....	36
2.7 Laporan Keberlanjutan (<i>Sustainability Report</i>).....	40
2.7.1 Teknik pelaporan CSR.....	41
2.7.2 Komponen Laporan Keberlanjutan (<i>Sustainability Report</i>)...	42
2.8 Standar Laporan Keberlanjutan (<i>Sustainability Report</i>).....	45
2.8.1 ISO 26000 (<i>International Standard Organization</i>).....	45
2.8.2 GRI (<i>Global Reporting Initiative</i>).....	46
2.8.2.1 Prinsip Pelaporan GRI.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Ketertarikan Peneliti.....	51
3.3 Lokasi Penelitian.....	54
3.4 Tahap-Tahap Penelitian.....	55
3.5 Penentuan Informan.....	57
3.6 Sumber Data dan Jenis Data.....	57
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.8 Analisis Data.....	60
3.9 Keabsahan Data.....	61
BAB IV DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	65
4.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk.....	65
4.2 Visi, Misi, dan Budaya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	68
4.2.1 Visi PT. TELKOM.....	68
4.2.2 Misi PT. TELKOM.....	68
4.2.3 Budaya Perusahaan.....	69
4.2.4 Kebijakan Pengendalian dan Prosedur Pengungkapan.....	71

4.2.5 Struktur Organisasi.....	72
4.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	72
4.3.1 Visi, Misi, Serta Asas dan Pedoman Perilaku TELKOM CSR.....	72
4.3.2 Dasar Hukum Pengelolaan CSR.....	74
4.3.3 Struktur Organisasi Unit CSR di TELKOM.....	75
4.3.4 Pilar dan <i>Reward</i> di Bidang CSR.....	76
4.3.5 Struktur organisasi Telkom CD Area V Jawa Timur.....	79
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	80
5.1 Pelaporan CSR PT. TELKOM.....	80
5.1.1 Motif Penyajian Laporan CSR.....	80
5.1.2 Pola Penyusunan Laporan CSR.....	86
5.1.2.1 Praktik Pelaporan CSR di TELKOM.....	93
5.1.2.1.1 Unit Pembuat Laporan CSR.....	93
5.1.2.1.2 Penyajian Laporan CSR.....	94
5.1.2.1.3 Kebijakan Pelaporan.....	95
5.1.3 Keterkaitan Pelaporan Dengan Proses Evaluasi.....	97
5.2 Pengungkapan CSR PT. TELKOM.....	100
5.2.1 Pengungkapan CSR dalam Laporan Keberlanjutan.....	101
5.2.1.1 Pengungkapan Berdasarkan Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	101

5.2.2 Pengungkapan CSR Dalam Website PKBL	
TELKOM (www.pkbl-telkom.com).....	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
6.1 Kesimpulan.....	121
6.2 Saran.....	124
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Components of a model to analyse the implementation likelihood of sustainability report</i>	42
Tabel 2. Indikator dan Lingkup GRI.....	47
Tabel 3. Penghargaan yang diraih PT.TELKOM.....	78
Tabel 4. Format Laporan Keberlanjutan TELKOM.....	92
Tabel 5. Prosentase dana PKBL.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	23
Gambar 2. Infrastruktur Pendukung Laporan Keberlanjutan.....	39
Gambar 3. Struktur PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	72
Gambar 4. Struktur Organisasi Telkom CDC.....	76
Gambar 5. Struktur Organisasi Telkom CD Area V Jawa Timur.....	79
Gambar 6. Pengungkapan Visi Misi Pada Website PKBL TELKOM.....	113
Gambar 7. Pengungkapan Laporan PKBL Pada Website PKBL TELKOM.....	118
Gambar 8. Pengungkapan Dalam Peta Situs Interaksi Pada Website PKBL TELKOM.....	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Ijin Penelitian dari PT. TELKOM
Lampiran II	Kartu Tanda Pengenal Penelitian PT. TELKOM
Lampiran III	Pengawakan CDC DIVRE V JAWA TIMUR
Lampiran IV	Bagan Organisasi <i>Community Development Center</i> (CDC)
Lampiran V	Skema Permasalahan Penelitian
Lampiran VI	Alur Penelitian
Lampiran VII	<i>Field Note</i> Wawancara
Lampiran VIII	Foto Penelitian

DAFTAR SINGKATAN

BL	Bina Lingkungan
BUMN	Badan Usaha Milik Negara
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
GCG	<i>Good Corporate Governance</i>
GRI	<i>Global Report Initiative</i>
SR	<i>Sustainaility Report</i>
CD	<i>Community Development</i>
CDC	<i>Community Development Center</i>
CEO	<i>Chief Excecutive Owner</i>
CSS	<i>Corporate Strategic Scenario</i>
HCC	<i>Head of Corporate Communication</i>
IG2S	<i>Internet Goes to School</i>
PK	Program Kemitraan
PKBL	Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
RKA	Rencana Kerja dan Anggaran

**Akuntabilitas Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
(CSR) Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk**

Oleh:

Arif Wicaksono Anugrah Putra

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada saat ini bukan lagi merupakan kegiatan yang bersifat mandatory, melainkan kegiatan tersebut telah berubah menjadi salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan sebagai bentuk perwujudan konsep keberlanjutan perusahaan. Sehingga dengan demikian PT. TELKOM tidak dapat mengelak untuk melakukan proses *reporting* aktifitas CSR tersebut dikarenakan penyediaan laporan yang transparan dan akuntabel telah menjadi sebuah kebutuhan bagi segala pemangku kepentingan perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana metode tersebut dianggap sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak menggambarkan dan menguraikan mengenai akuntabilitas dalam pelaksanaan pelaporan dan pengungkapan CSR pada suatu perusahaan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari informan serta dokumen-dokumen yang mendukung. Tahap penelitian dibagi menjadi 4 tahap yang bersifat *cyclical*.

Penyajian pelaporan perusahaan merupakan wujud pelaksanaan konsep GCG dikarenakan dalam konsep tersebut mengharuskan adanya untuk bisa menyediakan informasi kepada segala pemangku kepentingan perusahaan yang transparan dan akuntabel. Penyajian pengungkapan perusahaan belum bisa mewakili kondisi yang transparan dan akuntabel, dikarenakan perusahaan belum bisa menyediakan informasi yang *up to date* mengenai kegiatan CSR, dimana hal itu telah menjadi sebuah kebutuhan bagi segala pemangku kepentingan perusahaan guna mampu menciptakan *corporate image* yang baik sebagaimana hal tersebut merupakan kebutuhan yang penting bagi perusahaan dalam mewujudkan konsep keberlanjutan perusahaan.

Keyword: *Corporate Social Responsibility, Reporting, Disclosure, Akuntansi Sosial, Kualitatif Deskriptif*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian yang pesat saat ini telah memacu dunia usaha untuk saling berkompetisi. Hal ini ditunjukkan dengan saling berlomba-lombanya perusahaan dalam memperoleh laba. Pola pikir ini digunakan oleh banyak perusahaan dalam dekade ini. Seperti pandangan *Kortens* (SWA : 2005) tentang dunia bisnis yang dalam bukunya *when Corporations Rule the World*, melukiskan bahwa dunia bisnis selama setengah abad terakhir, telah menjelma menjadi institusi paling berkuasa di atas planet ini. Seiring berjalannya waktu dunia usaha semakin menyadari bahwa planet ini tidak hanya dihuni oleh komunitas industrialisasi. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada konsep single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. (Wibisono, 2007). Melainkan mulai untuk berorientasi pada konsep *Triple Bottom Line*, yang mana bahwa pandangan sebuah perusahaan yang ingin berkelanjutan (*sustainability*) harus memperhatikan “3P”. selain mengejar (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Elkington, 1997), hal ini senada bahwa persoalan konservasi lingkungan merupakan tugas setiap individu, pemerintah dan perusahaan (Ferreira, 2004).

Saat ini konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) digadang-gadang sebagai jurus jitu perusahaan dalam mewujudkan penerapan GCG (*Good Corporate Governance*). Fakta telah menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan faktor sosial dan lingkungan. Adanya keyakinan bahwa keberlangsungan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial dan lingkungan. Dalam era globalisasi kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan perubahan paradigma yang mengatakan bahwa CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang (Wibisono, 2007).

Pemberdayaan masyarakat yang dalam dunia usaha lebih dikenal sebagai *Community Development* saat ini dapat dikatakan merupakan wujud keseriusan dalam pelaksanaan program CSR. Konsep *Triple Bottom Line* menjadi koridor utama dalam pengembangannya, hal ini dikarenakan penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat di dalam praktik CSR di Indonesia merupakan dimensi yang sangat lekat dengan kebutuhan masyarakat Indonesia saat ini (Ambadar, 2008). Meski dalam hal ini CSR bukan merupakan *Community Development* semata, namun kondisi di Indonesia yang mana masih tingginya angka pengangguran, banyaknya jumlah kemiskinan, serta belum lagi rendahnya kualitas pendidikan dan kesehatan, maka CSR sebagai sebuah konsep yang berubah dan tumbuh sesuai dengan perkembangan dunia usaha dan kebutuhan masyarakat

yang mana dalam hal ini *Community Development* sebagai ujung tombak praktik penerapan CSR bisa menjadi salah satu jawaban.

Akuntansi dalam dunia bisnis memegang peranan penting karena akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban mempunyai fungsi sebagai alat pengendali terhadap aktivitas setiap unit usaha. Selama ini produk akuntansi dimaksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik saham, kini paradigma tersebut diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh stakeholders. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan bahan informasi mengenai aktivitas sosialnya, seperti pendapat Belkaoui (2000) “Atas dasar pedoman yang tersedia tersebut, akuntansi adalah sebuah sains social”. Sejauh ini perkembangan akuntansi konvensional (*mainstream accounting*) telah banyak di kritik karena akuntansi bukan hanya merangkum informasi tentang hubungan perusahaan dengan pihak kedua (partner bisnisnya), tetapi juga dengan pihak ketiga (Harahap, 2007). Hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non-reciprocal*, artinya transaksi itu tidak menimbulkan prestasi timbal-balik dari pihak yang berhubungan. Ilmu akuntansi yang mencatat, mengukur, melaporkan *externalities* ini disebut dengan *Social Economic Accounting* (SEA). Ilmu *Social Economic Accounting* (SEA) ini merupakan bidang ilmu akuntansi yang berfungsi dan mencoba mengidentifikasi, mengukur, menilai, melaporkan aspek-aspek *social benefit* dan *social cost* yang ditimbulkan oleh lembaga (Harahap, 2007). Hal ini selaras menurut pandangan (Ikhsan dan Ishak, 2007) yang mana bahwa secara perspektif, akuntansi sosial dapat dilihat sebagai

pendekatan yang berguna untuk mengukur dan melaporkan kontribusi suatu perusahaan kepada komunitasnya.

Pada proses pengungkapan informasi kenyataannya paradigma lama telah mempengaruhi mindset perusahaan yang mana hanya berorientasi pada pengungkapan laporan finansial saja, dengan mengesampingkan laporan aktivitas sosial perusahaannya, kesenjangan tersebut timbul dikarenakan mindset perusahaan yang mengatakan bahwa laporan finansial yang diungkapkan cukup untuk mewakili tujuan dan kepentingan perusahaan. Namun seiring berjalannya waktu yang menyebutkan bahwa kepentingan sosial sangat memegang peranan penting dalam keberlangsungan perusahaan, perusahaan menyadari bahwa laporan finansial tidak mampu menyediakan informasi yang relevan tentang aktivitas sosial perusahaan, maka dalam hal ini laporan nonfinansial telah memberi nilai tersendiri bagi kebutuhan perusahaan guna kepentingan stakeholder.

Untuk mewujudkan akuntabilitas dan transparansi yang tinggi, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja CSR dalam “laporan CSR” atau “laporan keberlanjutan” (*sustainability report*). Melalui laporan ini akan terungkap apakah tingkat keterbukaan perusahaan sudah satu level dengan harapan masyarakat. (Darwin, 2006). Dalam proses pelaporan keuangan tahunan perusahaan, pengungkapan/disclosure merupakan aspek pelaporan yang kualitatif, yang sangat diperlukan pemakai informasi laporan keuangan. Karena sifatnya yang kualitatif sehingga formatnya tidak terstruktur, yang dapat terjadi secara langsung dalam laporan keuangan tahunan perusahaan melalui penjudulan yang tepat, catatan atas laporan keuangan ataupun berbagai sisipan seperti catatan kaki. Pengungkapan

didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang di butuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1996). Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*), yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Tujuan pengungkapan menurut *Securities Exchange Commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua, yaitu : 1) *protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan 2) *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan. Informasi mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang di uraikan dalam laporan tahunan akan dapat dipahami dan tidak menimbulkan salah interpretasi apabila laporan tahunan tersebut dilengkapi dengan pengungkapan sosial yang memadai. Memberikan informasi yang memadai diharapkan akan dapat berguna bagi pengambilan keputusan oleh pihak-pihak pengguna laporan keuangan. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengkomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak social akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan.

PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang penyelenggara layanan informasi dan

telekomunikasi (InfoCom) yang memiliki layanan paling lengkap dan jaringan terbesar serta terluas di Indonesia. Dalam konteks pencapaian kinerja, manajemen perusahaan senantiasa berupaya menghasilkan nilai unggul bagi *stakeholder*, yaitu dengan mengupayakan tingkat pengembalian investasi maksimal bagi pemegang saham, memberi solusi komprehensif bagi pelanggan, membuka peluang pertumbuhan bagi mitra bisnis serta turut meningkatkan kesejahteraan bagi bangsa Indonesia. Sebagai wujud dalam meningkatkan kesejahteraan bangsa dan merupakan bagian salah satu yang tak terpisahkan dari masyarakat, PT.TELKOM sangat memiliki komitmen yang tinggi dalam melaksanakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*), seperti halnya dalam *Creating Superior Value* (Telkom *Company Profile*) Komitmen ini dipicu antara lain oleh:

- Harapan serta perhatian global terhadap permasalahan lingkungan hidup yang menuntut penerapan program CSR.
- Pola pandang yang lebih luas dan inklusif terhadap perlunya perseroan menyelaraskan tujuan usahanya dengan aspirasi masyarakat.
- Keyakinan bahwa CSR merupakan bagian dari pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik (GCG)
- Meningkatkan ekspektasi investor global terhadap implementasi global.

CSR pada PT. TELKOM merupakan wujud dari pelaksanaan regulasi pemerintah yang bersifat *mandatory*, hal ini dituangkan melalui aktifitas CSR yang dikenal dengan sebutan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).

Dalam hal ini PKBL mempunyai kewenangan dalam pengelolaan dan pelaporan aktifitas sosial, sehingga PKBL mempunyai kedudukan yang mandiri dan berkewajiban untuk menyajikan laporan keuangan secara terpisah dengan laporan keuangan perusahaan serta bertanggung-jawab atas aktifitas ekonomi dan pengendalian administrasi. Adapun pengelolaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan pada PT. TELKOM dikelola oleh unit yang disebut Community Development Center (CDC).

Dalam implementasi CSR , PT. TELKOM memiliki pola pandang sendiri, yang mana bahwa kegiatan CSR seyogyanya tidak hanya merupakan wujud bantuan sosial perusahaan, melainkan juga memberikan peluang yang berkesinambungan bagi komunitas untuk mengembangkan diri melalui pembelajaran dan pemberdayaan. Adapun implementasi dari pola pandang tersebut salah satunya yang telah diwujudkan oleh PT.TELKOM DIVRE V berupa program *revitalisasi Taman Bungkul*. Selain sebagai paru-paru kota konsep *sport, education, dan entertainment* telah menciptakan pembelajaran dan pemberdayaan tersendiri bagi para pengunjung. Selain itu pula, sejak resmi dibuka pada 21 maret 2007 saat ini Taman Bungkul telah menjadi destinasi area publik bagi masyarakat dan terbukti tidak hanya bagi masyarakat Kota Surabaya sendiri, tetapi juga dari luar kota. Selain itu penghargaan yang telah dicapai PT. TELKOM DIVRE V berupa juara dua tingkat nasional untuk bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam acara penganugrahan CSR award 2008 telah membuktikan bahwa hal ini menjadi salah satu keberhasilan menjaga keeksistensian korporasi dalam mewujudkan GCG (*Good Corporate Governance*).

Sebagai perusahaan yang berkomitmen dalam mewujudkan GCG (Good Corporate Governance), transparansi merupakan salah satu aspek penting yang tidak boleh diindahkan. Adapun wujud transparansi dalam pengimplementasian CSR tersebut dituangkan dalam laporan yang disebut sebagai laporan keberlanjutan. Perusahaan merupakan institusi yang didirikan oleh mandat dan masyarakat, maka laporan keberlanjutan dibuat agar perusahaan tidak kehilangan mandat (hukum besi tanggung jawab). Dalam arti lain, laporan keberlanjutan dibuat untuk menunjukkan pencapaian, proses, dan evaluasi serta agenda perusahaan dalam memaksimalkan dampak positif untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui laporan keberlanjutan ini dapat diketahui apakah perusahaan sudah menjalankan akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal. Untuk membangun akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal, perusahaan bukan hanya diminta patuh pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku tetapi juga consensus, dan inisiatif-inisiatif yang diprakarsai oleh berbagai institusi atau asosiasi industri terutama yang berkaitan dengan isu CSR (Darwin, 2006)

PT. TELKOM sebagai salah satu BUMN terkemuka telah menjadikan laporan keberlanjutan menjadi salah satu kewajiban utama yang harus disajikan setiap tahunnya. Sejak tahun 2006 laporan keberlanjutan yang dibuat merupakan upaya PT. TELKOM dalam mewujudkan akuntabilitas yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha maupun kegiatan tanggung jawab sosial atau CSR. Hal itu terbukti bahwa senjata dalam mewujudkan akuntabilitas TELKOM yang bernama laporan keberlanjutan (*sustainability report*) telah memperoleh perhatian

tersendiri bagi seluruh pemangku bisnis maupun kepentingan perseroan. Kondisi tersebut secara tidak langsung dapat menimbulkan efek positif karena dapat meningkatkan image perusahaan di mata masyarakat.

GRI (*Global Report Initiative*) merupakan satu-satu lembaga independen internasional yang menjadi acuan dalam pembuatan laporan keberlanjutan TELKOM, hal itu dikarenakan belum adanya lembaga di Indonesia yang serupa GRI yang mampu membuat indikator-indikator yang menjadi acuan dalam pembuatan laporan keberlanjutan yang baik, yang mana Indikator-indikator tersebut merupakan wujud transparansi dan akuntabilitas perusahaan.

Keseriusan TELKOM dalam menyajikan laporan keberlanjutan tidak dapat dipandang sebelah mata, dalam kurun waktu dua tahun sejak pertama laporan keberlanjutan TELKOM disajikan, TELKOM telah mampu meraih *Best CSR Reporting in Annual Report* yang diselenggarakan oleh Indonesia Sustainability Report Award 2008 (ISRA 2008). Dalam konteks ini, keberhasilan perusahaan dalam menjalankan program CSR tidak terlepas dari informasi yang telah disajikan perusahaan kepada publik. Kepercayaan publik secara tidak langsung akan muncul apabila perusahaan menjunjung tinggi arti dari sebuah akuntabilitas.

Berbagai permasalahan di atas muncul suatu pengharapan akan perusahaan yang akuntabel terhadap entitas bisnis dan segala pemangku kepentingan perusahaan. Perusahaan yang akuntabel dapat menciptakan pencitraan tersendiri kepada publik, kondisi tersebut tentunya sangat diperlukan seiring dengan eksistensi perusahaan dalam menjaga persaingan bisnis, selain itu pula keberadaan perusahaan yang selalu mengedepankan akuntabilitas secara tidak langsung dapat

menjaga akan keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Dikarenakan saat ini akuntabilitas telah memegang peranan penting terhadap kebutuhan seluruh *stakeholder*. Maka hal ini memiliki suatu ketertarikan tersendiri untuk menjadi topik penelitian kali ini. Atas dasar hal tersebut maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Akuntabilitas Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA. Tbk.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana wujud akuntabilitas dalam penyajian pelaporan dan pengungkapan CSR pada PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk sudah menjalankan akuntabilitas pelaporan dan pengungkapan CSR secara optimal.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna bagi beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk

Memberikan informasi yang memungkinkan bagi perusahaan mengenai akuntabilitas pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan, manfaat dan kontribusi yang rill masyarakat pada khususnya disekitar dan pada stakeholder pada umumnya.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan wawasan tentang akuntabilitas dalam penyajian pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan untuk kemudian dijadikan tolak ukur perusahaan dalam rangka penyajian pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan yang optimal.

c. Bagi Peneliti

Memberikan kontribusi untuk memperkaya wacana dan wawasan mengenai konsep akuntabilitas dalam penyajian pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan..

d. Bagi Investor

Memberikan informasi yang berguna dalam proses decision making dalam penanaman modalnya.